

PLAN DE TRABAJO

I. Datos de la institución

Plantel	 <p>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA Modalidad: A Distancia</p> 	Grado o Licenciatura	Licenciatura en Administración
----------------	---	-----------------------------	--------------------------------

II. Datos del asesor

Nombre	SOTO TORRES DANAE	Correo	deinasoto13@gmail.com
---------------	-------------------	---------------	-----------------------

III. Datos de la asignatura

Nombre	PLAN DE MERCADOTECNIA	Clave	1526	Grupo	8572
Modalidad	Obligatoria	Plan	2012	Fecha de inicio del semestre	04 de febrero de 2025
Horas de asesoría semanal	4	Horario	Martes: 16:00 - 18:00 hrs Jueves: 16:00 - 18:00 hrs	Fecha de término del semestre	13 de junio de 2025

IV. Contenido temático

TEMA	HORAS		
	Total	Teoría	Práctica
I. Conceptos básicos de planeación estratégica	4	4	0
II. Modelo de negocio	6	6	0

III. Plan de mercadotecnia	6	6	0
IV. Entorno del plan de mercadotecnia	4	4	0
V. Pronósticos y presupuestos (SPSS, Project Manager y Excel)	4	4	0
VI. Plan de producto	6	6	0
VII. Plan de distribución	4	4	0
VIII. Plan de promoción de ventas (Redes sociales)	6	6	0
IX. Plan de publicidad (Redes sociales)	6	6	0
X. Plan de ventas (Excel)	6	6	0
XI. Plan de relaciones públicas	6	6	0
XII. Plan de precios	6	6	0

V. Presentación general del programa

Estimado (a) alumno (a) de la asignatura

Seré tu asesora durante este curso, así que mi labor es ayudarte en tu proceso de aprendizaje, ya sea resolviendo tus dudas o sugirierte cómo aprovechar los contenidos en línea. No dejes de preguntar cuanto sea necesario y las veces que consideres pertinentes. También revisaré el resultado de tus actividades de aprendizaje y tendrás un comentario a cada una de ellas en un tiempo no mayor a 48 horas. Tus mensajes de correo serán contestados a la brevedad.

En esta ocasión estaré apoyándolos en 4 fechas a través de Zoom, la liga de acceso será publicada en el foro de la asignatura, es indispensable que ingresen con nombre completo empezando por apellidos a la videoconferencia, ya que, de no ser así, no serán admitidos.

Las fechas son las siguientes: 20 febrero, 13 marzo, 27 marzo, 22 mayo de 2025.

VI. Forma en que el alumno deberá preparar la asignatura

Antes de que inicies tu trabajo en línea, te presento las secciones de cómo se encuentra constituida la asignatura en la plataforma para que te apoye en tu proceso de tu aprendizaje a distancia:

- **Introducción.** Te presenta de manera general los elementos que se trabajarán a lo largo de la asignatura.
- **Objetivo de la asignatura.** Se establece el alcance que se tendrá con la revisión y trabajo de los materiales elaborados para la materia.
- **Estructura conceptual.** Podrás observar de manera integral cómo está conformada la asignatura y la relación y continuidad que tienen las unidades entre sí.
- **Calendario.** Consiste en la programación de fechas para la entrega de las actividades desarrolladas en cada asignatura, con la finalidad de que las labores y subas en los tiempos estimados a la plataforma.
- **Evaluación diagnóstica (Lo que sé).** Se encuentra al inicio de cada unidad y permite identificar los conocimientos previos que posees del tema.
- **Actividad integradora (Lo que aprendí).** Se ubica al final de cada unidad y sirve para relacionar los temas vistos, ya sea a través de un caso práctico, la construcción de un documento, o alguna otra actividad, de acuerdo con el tema en cuestión.

- **Contenido.** Toda la asignatura está integrada por unidades, donde cada unidad está desglosada en temas de los cuales se te proporciona material (libros, direcciones electrónicas y artículos) necesario para obtener la información que permitirá alcanzar el objetivo general. También se encuentran las actividades de aprendizaje, autoevaluación y bibliografía específica para profundizar en el tema trabajado.
- **Actividades de aprendizaje.** Tareas que se han estructurado de tal forma que te permitan desarrollar habilidades y destrezas, para dar solución a un problema en específico, producto de los aprendizajes significativos derivados de la apropiación de los contenidos temáticos del curso correspondiente.
- **Autoevaluación.** Es una valoración continua de tu aprendizaje. Consiste en una serie de preguntas relacionadas con los temas de las unidades, que te permitirá medir tu grado de avance y apropiación del conocimiento. Con base en el puntaje obtenido, juzgarás si es necesario o no, una nueva revisión de los contenidos del tema o la unidad.
- **Fuentes de información.** Te proporciona una lista de la bibliografía especializada del área que puedes emplear para ampliar, reforzar o aclarar dudas sobre los contenidos propuestos en cada unidad para tu estudio.
- **Glosario.** Puedes obtener de manera inmediata la definición de conceptos particulares de los temas expuestos.

Se manejarán los contenidos de manera didáctica, empleando recursos que te permitan una mejor lectura y comprensión de los temas. Asimismo, se fomentará en ti, la apropiación de una nueva forma de trabajo y aprendizaje de manera independiente, donde crearás nuevos hábitos de estudio y de organización de tiempos para la revisión de materiales en el sitio, búsqueda de bibliografía necesaria, realizar investigaciones, etc.

Deberás desarrollar las actividades de la plataforma, de manera individual y en ocasiones grupalmente, según sea el caso, como puede ser el participar en una discusión en foro; para ello se te proporcionan instrucciones claras y tiempos.

La comunicación a lo largo del semestre será continua y de manera síncrona y asíncrona, es decir, cada actividad elaborada contará con una retroalimentación por mi parte. Asimismo, a través de los diversos medios recibirás comentarios directos en la plataforma o consultas específicas a través de las sesiones del *chat* en los días y horarios establecidos para la materia; foros de discusión establecidos para temas particulares que se van realizando, las cuales deberán fomentar la reflexión y análisis del tema por estudiar, o algún otro medio como el correo electrónico para estar siempre al tanto de tus dudas.

También podrás tener comunicación con tus compañeros a través de correo electrónico o vía *chat*, para tener un acercamiento con los mismos, consultarlos etc. o cualquier situación que necesites.

Examen Final

Al finalizar la asignatura, presentarás un examen final, cuya fecha de aplicación se especificará mediante un aviso por parte de la Coordinación del SUAyED. Recuerda que sólo tienes un intento y que al terminar el tiempo establecido para que lo contestes se cerrará automáticamente, enviando la calificación obtenida hasta el momento.

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

Fecha de entrega	No. Unidad	No. Actividad	Descripción de la de actividad de acuerdo a la plataforma	Ponderación
------------------	------------	---------------	---	-------------

20 de febrero de 2025	UNIDAD 1: Conceptos básicos de planeación estratégica	Act. complementaria 1	<p>Unidad 1. Actividad complementaria 1. Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde. Observa el video de Planeación Estratégica: https://www.youtube.com/watch?v=JDx2xBxCs9I Consultado: 3 diciembre 2024 en el que recordarás los principales elementos que la componen, así como el proceso que se lleva a cabo para desarrollarla. Ahora imagina que acabas de incorporarte al área de Mercadotecnia de Lala y que estarás en el equipo que se encargará de elaborar el plan estratégico para el próximo año. Realiza lo siguiente: 1. Ingresa a Grupo Lala. Filosofía e identifica lo siguiente: 2. Misión, visión y valores de Lala. 3. Plantea el objetivo general y metas. 4. Realiza el análisis STEP-SOE para Lala. 5. Elabora el análisis FODA para Lala. Puedes apoyarte en el documento de Informe anual 2020 descargable “Informe de Sustentabilidad 2020 añadido en plataforma y el reporte anual 2020 en el siguiente link https://www.lala.com.mx/storage/app/media/Reportes%20anuales/Reporte%20Anual%202023%20vf.pdf Consultado: 3 diciembre 2024 Sesión Zoom. Planeación estratégica</p>	5 %
27 de febrero de 2025	UNIDAD 2: Modelo de negocio	Act. complementaria 1	<p>Unidad 2. Actividad complementaria 1. Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde. Leer el documento en PDF “El modelo de negocio como base del éxito empresarial-Una revisión teórica”, después de tu lectura deberás de revisar dos fuentes más de acuerdo con la bibliografía básica de la asignatura y elaborarás un mapa mental, no olvides utilizar colores llamativos e ilustraciones, coloca tus fuentes. El documento lo podrás encontrar en la siguiente carpeta que podrás encontrar en la carpeta siguiente: https://drive.google.com/drive/folders/1xBx227mxLYhb0XX1x9_-7Wb1RHpyK3-l?usp=sharing No olvides colocar las fuentes de consulta al final del documento.</p>	5 %

06 de marzo de 2025	UNIDAD 3: Plan de mercadotecnia	Act. complementaria 1	<p>Unidad 3. Actividad Complementaria 1. Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde. Revisa la presentación Plan de Mercadotecnia de Coca Cola. Plan de Mercadotecnia. El documento lo podrás encontrar en la siguiente carpeta que podrás encontrar en la carpeta siguiente: https://drive.google.com/drive/folders/1xBx227mxLYhb0XX1x9_-7Wb1RHpyK3-l?usp=sharing Posterior a dicha revisión y retomando los conceptos principales estudiados en la unidad, elabora una Planeación de Mercadotecnia escoge una empresa con la que trabajarás durante este semestre para esta clase, desarrollando únicamente los siguientes puntos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Carátula 2. Índice 3. Introducción 4. Resumen ejecutivo 5. Objetivo General 6. Resultados del análisis de la situación actual 7. Estrategias 8. Plan y programas de acción 9. Presupuesto <p>*No olvides colocar las fuentes de donde sacaste la información, así como ilustraciones.</p>	5 %
13 de marzo de 2025	UNIDAD 4: Entorno del plan de mercadotecnia	Act. complementaria 1	<p>Unidad 4. Actividad complementaria 1. Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde. Tomando como base una empresa que se encuentre en el mercado, escoge un producto como nuevo lanzamiento y describe con tus propias palabras los siguientes aspectos del ámbito interno que definirías para tu plan de mercadotecnia:</p> <p>A. Capacidad de producción:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tipo de producción. 2. Forma de producción. 3. Lugar de producción. <p>B. Producto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Mezcla de productos. 5. Principales marcas de la empresa. <p>C. Mercado:</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Estrategias competitivas de la empresa. <p>D. Promoción:</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Estrategia de promoción de ventas. <p>* Puedes consultar el siguiente link para que obtengas más información sobre el entorno del plan de mercadotecnia. Libro de Kotler Fundamentos de Marketing y documento entorno del marketing. https://drive.google.com/drive/folders/1xBx227mxLYhb0XX1x9_-7Wb1RHpyK3-l?usp=sharing No olvides colocar tus fuentes de consulta al final del documento. Sesión Zoom. El entorno de la mercadotecnia</p>	5 %

18 de marzo de 2025

UNIDAD 5:
Pronósticos y
presupuestos
(SPSS, Project
Manager y Excel)

Act.
complementaria 1

Unidad 5. Actividad Complementaria 1.

Adjuntar archivo en Excel, en la actividad que corresponde.

Lee con atención:

La empresa familiar Tintorería “Black is White” inició operaciones el año pasado y registró las siguientes ventas durante 2020:

Su dueño quiere saber cuáles serán las ventas, de esta manera podrá organizar sus actividades y considerar los insumos y personal con el que deberá contar.

Tintorería “Black is White”		
Año	2020	2021
Mes	Ventas US	Pronóstico
1	845	
2	698	
3	720	
4	480	
5	530	
6	290	
7	400	
8	600	
9	420	
10	555	
11	745	
12	910	
13		

Utiliza el método de suavización exponencial simple en Excel para elaborar el pronóstico de ventas para 2021 a partir de los datos proporcionados en la tabla para 2020 y grafica el comparativo entre ambos años.

El valor de alfa (α) es de 0.7, indica cuál es el error para dicho valor.

Para elaborar la actividad puedes apoyarte con los siguientes tutoriales:

Pronóstico Suavizamiento o Atenuación Exponencial Simple | Pronóstico de Demanda:

<https://youtu.be/LEgknd-IR5w>

Consultado: 3 diciembre 2024

Suavizamiento exponencial con EXCEL:

<https://youtu.be/JRQuJYIsFlg>

Consultado: 3 diciembre 2024

<https://youtu.be/RtueOQNDlg4>

Consultado: 3 diciembre 2024

5 %

20 de marzo de 2025	UNIDAD 6: Plan de producto	Act. complementaria 1	<p>Unidad 6. Actividad Complementaria 1. Adjuntar en formato PDF, en la actividad que corresponde.</p> <p>Selecciona un producto perteneciente a la industria de cuidado personal y describe en detalle lo que se te solicita:</p> <ol style="list-style-type: none"> Nombre del producto, marca a la que pertenece, imagen del producto. Describe el producto central, real y aumentado; empaque y embalaje. Determina las especificaciones técnicas del producto. Define el tipo de riesgos (psicológicos, físicos o financieros) que puede correr el consumidor con el uso del producto. Establece la fase del ciclo del producto en que se encuentra. Indica la estrategia de posicionamiento del producto. Quién es tu target o mercado meta. <p>No olvides incluir las referencias bibliográficas.</p>	5 %
27 de marzo de 2025	UNIDAD 7: Plan de distribución	Act. complementaria 1	<p>Unidad 7. Actividad Complementaria 1. Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde.</p> <p>Imagina que acabas de incorporarte al área de Mercadotecnia de Airbnb y que estarás en el equipo que se encargará de estudiar el mercado para un nuevo servicio. Realiza lo que se pide a continuación:</p> <ol style="list-style-type: none"> Describe los 16 datos clave que requerirá Airbnb para diseñar la estrategia de mercado. Con la información recabada previamente, qué tipo de estrategia de mercado le sugerirías a Airbnb y por qué. Justifica tu respuesta. Se ha indicado que el nuevo servicio será posicionado como el servicio perfecto para personas que viajan con poco dinero. Usando las 7 variables de segmentación, determina el perfil del consumidor y el tipo de posicionamiento que debería considerar Airbnb. <p>Sesión Zoom. Plan de distribución</p>	5 %
03 de abril de 2025	UNIDAD 8: Plan de promoción de ventas (Redes sociales)	Act. complementaria 1	<p>Unidad 8. Actividad complementaria 1. Adjuntar archivo en formato PPTX, en la actividad que corresponde.</p> <p>Elabora una presentación en Power Point sobre un plan de marketing en redes sociales, de acuerdo con el siguiente video: https://www.youtube.com/watch?v=Odlr4jkZBvQ Consultado: 3 diciembre 2024</p> <p>y el documento en PDF que aparece en la siguiente liga: https://drive.google.com/drive/folders/1xBx227mxLYhb0XX1x9_-7Wb1RHpyK3-l?usp=sharing</p> <p>coloca las características más relevantes de los elementos de la mezcla promocional e incluye los siguientes puntos, argumentando tus ideas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Principales características de cada elemento de la promoción. Principales diferencias entre cada uno de los elementos. Menciona las ventajas y desventajas de cada elemento. Proporciona un ejemplo para cada elemento de la mezcla de la promoción, (preferentemente que sea de tu experiencia o que sea cercano). 	5 %

10 de abril de 2025	UNIDAD 9: Plan de publicidad (Redes sociales)	Act. complementaria 1	<p>Unidad 9. Actividad complementaria 1. Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde. Selecciona un ejemplo de campaña publicitaria vigente en redes sociales digitales (RSD), de un producto (bien, servicio, proyecto, artista, etc.) que llame tu atención y responde lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre del producto y marca familiar (si es el caso) 2. ¿Cuál es el objetivo estratégico de la campaña o publicidad que elegiste? 3. ¿Con qué frecuencia aparece en redes? 4. ¿Qué plataformas utilizó la campaña para su promoción? 5. ¿Cómo fue su aceptación de acuerdo a la evaluación de resultados? ¿Cómo calificarías su participación e influencia? Justifica y documenta tu respuesta con capturas de pantalla de las redes y la interacción de sus consumidores o seguidores. 6. ¿Qué papel crees que juega la mercadotecnia móvil en la estrategia publicitaria que seleccionaste? 7. Coloca el link o links donde se puede visualizar la campaña (Verifica que el o los enlaces abran correctamente). <p>Nota. Además de colocar el link guarda capturas de pantalla donde puedas documentar evidencias de la aceptación de la campaña, es decir, seguidores, reacciones o <i>likes</i>, comentarios, etc. por si las publicaciones son temporales o se dañan los enlaces. (Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde).</p>	5 %
24 de abril de 2025	UNIDAD 10: Plan de ventas (Excel)	Act. complementaria 1	<p>Unidad 10. Actividad Complementaria 1. Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde. Lee a detalle el artículo “Nike está imparabile y aplasta a sus rivales” y contesta las ocho preguntas mostradas a continuación, puedes consultar otras fuentes para enriquecer tus respuestas.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es el <i>apparel market</i>, ¿cuánto vale y cuál es su importancia? 2. ¿Qué es el <i>engagement</i> en <i>marketing</i> y cómo ha ayudado a Nike a mantener su posición en el mercado? 3. ¿Qué es un <i>insight</i> en <i>marketing</i>? 4. ¿Cuáles son los <i>insights</i> que caracterizan a Nike? ¿Consideras que son relevantes para que la marca cumpla sus objetivos de ventas, por qué? 5. ¿Qué es el <i>swoosh</i> y cuál es su importancia para Nike, ¿cuánto se estima que vale Nike como marca? 6. ¿Cuál es la principal razón por la que Nike ha logrado mantener su posición frente a la crisis debido a la pandemia de COVID-19? 7. ¿Cómo consideras que afecta el estudio que hacen las empresas de la conducta del consumidor en que éstas mantengan su valor, fuerza y o solidez? 8. Con respecto al artículo, la información que presenta sobre Nike y la forma en que ha podido sortear la adversidad, ¿cuál es tu reflexión respecto al plan de ventas de la marca y el cumplimiento de sus objetivos que tendrán para el término del ejercicio? <p>Consulta el artículo en el siguiente enlace: https://www.merca20.com/nike-esta-imparabile-y-aplasta-a-sus-rivales/ Consultado: 3 diciembre 2024</p>	5 %

08 de mayo de 2025	UNIDAD 11: Plan de relaciones públicas	Act. complementaria 1	<p>Unidad 11. Actividad Complementaria 1. Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde. Cap 1 del libro Casos de relaciones públicas y comunicación corporativa de Jordi Xifra y Ferran Lalueza que podrás encontrar en la carpeta siguiente: https://drive.google.com/drive/folders/1xBx227mxLYhb0XX1x9_-7Wb1RHpyK3-l?usp=sharing</p> <p>Elabora un texto monográfico 5 cuartillas, utiliza citas estilo APA, no olvides colocar tus fuentes al final de documento.</p>	5 %
22 de mayo de 2025	UNIDAD 12: Plan de precios	Act. complementaria 1	<p>Unidad 12. Actividad complementaria 1. Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde. Describe 3 métodos para fijar precios; posteriormente selecciona el que más llame tu atención e imagina que vas a producir un producto (puede ser algo muy sencillo como un panque, pulseras, muebles, prenda de vestir, un mueble, etc.), fija su precio bajo el método que hayas seleccionado, desglosa los costos (fijos, variables, unitarios, totales, etc.) y todos los procesos productivos involucrados, ventas estimadas, etc. para poder fijar adecuadamente su precio. Justifica tu respuesta. *Para complementar la información que aparece en tu apunte electrónico, puedes ver los siguientes videos: https://youtu.be/uDq_pbP-eeW Consultado: 3 diciembre 2024 https://youtu.be/YfkNE7MBqWo Consultado: 3 diciembre 2024 Sesión Zoom. Precio</p>	5 %

VII. Sistema de evaluación

FACTORES	DESCRIPCIÓN
----------	-------------

Al finalizar la asignatura, presentarás un examen final, cuya fecha de aplicación se especificará mediante un aviso por parte de la Coordinación del SUAyED. Recuerda que sólo tienes un intento y que al terminar el tiempo establecido para que lo contestes se cerrará automáticamente, enviando la calificación obtenida hasta el momento.

Recuerda que debes estudiar los apuntes digitales de la asignatura Plan de Mercadotecnia y las actividades que efectuarás a lo largo del semestre para tener posibilidades de obtener una calificación aprobatoria en el examen final.

El calendario de entrega de las actividades de aprendizaje y los cuestionarios tomará en cuenta el horario de la Ciudad de México. Es muy recomendable que procures estar al corriente en la entrega de actividades de aprendizaje y los cuestionarios.

Las actividades que se entreguen de forma **extemporánea tendrán como calificación máxima 8.0**, y tendrás solo 7 días hábiles posteriores a la fecha original de entrega para subir a plataforma tu actividad, una vez transcurridos esos siete días, tus entregas se calificarán con 0.

Es conveniente que realices modificaciones cuando te lo solicite tanto a las actividades de aprendizaje como a los cuestionarios para que te encuentres en posibilidad de obtener la calificación más alta. De no ser así, consideraré las deficiencias en el contenido para la asignación de la calificación lo que, sin duda, perjudicará tu promedio final.

Requisitos

Por política, la entrega de una sola tarea implica el cálculo del promedio final. Únicamente se pondrá "NP" en actas a aquellos alumnos que no hayan entregado ninguna tarea y/o hecho examen final. La calificación final de la asignatura que arroja la plataforma no es el reflejo de lo realizado durante el curso, tendrás que remitirte al plan de trabajo para conocer los valores y puntuaciones y de esta forma, sacar tu promedio final, es decir, la calificación final está en función de la ponderación que el asesor haya establecido.

Es necesario solicitar al asesor por correo electrónico la calificación final. Cuando la realización de una actividad implique hacer una investigación, deberás buscar fuentes oficiales, como libros, revistas, artículos, etcétera, en dos fuentes mesográficas diferentes a los apuntes electrónicos y hacer la cita de estos en formato APA. Ya que si no lo haces incurres en plagio.

Aviso: Todos los archivos que suban a plataforma deberán ser renombrados con los datos de identificación del alumno bajo la siguiente estructura: Primer apellido_Segundo apellido_Nombre(s)_Unidad número_Act.Comp1

Ejemplo: Soto_Torres_Danae_Unidad3_Act.Comp1

No es necesario que los trabajos incluyan carátula (si el alumno desea incluir carátula, por presentación, puede hacerlo) pero sí deben tener datos de identificación mínimos como nombre completo del alumno, grupo, número de actividad e instrucciones de la misma dentro del documento para que sean sujetos a revisión; así como, estar adjuntos en la carpeta de la unidad y actividad complementaria correspondientes, de lo contrario no serán calificadas.

Porcentajes	Act. complementaria	60 %
	Examen(es)	40 %
	TOTAL	100 %

La calificación final de la asignatura está en función de la ponderación del asesor, no de la que se visualiza en la plataforma. Es necesario solicitar por correo electrónico la calificación final al asesor.

VIII. Recursos y estrategias didácticas

Lecturas Obligatorias	(X)
Trabajos de Investigación	(X)
Clases Virtuales (PPT)	(X)
Elaboración de Actividades de Aprendizaje	(X)

Procesadores de Texto, Hojas de Cálculo y Editores de Presentación	(X)
Videos	(X)
Graficadores	(X)
Programación Computacional	(X)
Plataforma Educativa	(X)
Foro Electrónico	(X)
Chat	(X)
Lista de Correos	(X)
Correo Electrónico	(X)
Tablero de Anuncios	(X)
Sitios de Internet	(X)
Plan de Trabajo	(X)